

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT* , *BONUS PACK* DAN  
*IN-STORE DISPLAY* TERHADAP *IMPULSE BUYING***

**(Studi Pada Pelanggan Minimarket Alfamidi Pondok Benowo Indah,  
Surabaya)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

**DANIEL KRISTIawan**

NPM : 15420015

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA  
2019**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Daniel Kristiawan  
NPM : 15420015  
Alamat : Pondok Benowo Indah blok A5 no.09 Surabaya  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**PENGARUH PRICE DISCOUNT, BONUS PACK DAN IN-STORE DISPLAY TERHADAP IMPULSE BUYING** (Studi Pada Pelanggan Minimarket Alfamidi Pondok Benowo Indah, Surabaya) adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 06 Mei 2019

Yang membuat pernyataan



( Daniel Kristiawan )

NPM : 15420015

SKRIPSI

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *BONUS PACK* DAN  
*IN-STORE DISPLAY* TERHADAP *IMPULSE BUYING***

(Studi Pada Pelanggan Minimarket Alfamidi Pondok Benowo Indah,  
Surabaya)

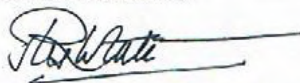
Diajukan Oleh:

**DANIEL KRISTIAWAN**

NPM : 15420015

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING I



Prof. Dr. Dra. Hj. RUSWIATI, SE. M.S.

Tanggal, 4 July 2019

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH, SE, M.Si.

Tanggal, 8 Juli 2019.

**SKRIPSI**

**PENGARUH PRICE DISCOUNT, BONUS PACK DAN  
IN-STORE DISPLAY TERHADAP IMPULSE BUYING**

(Studi Pada Pelanggan Minimarket Alfamidi Pondok Benowo Indah,  
Surabaya)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**DANIEL KRISTIAWAN**

**NPM: 15420015**

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Prof. Dr. Dra. Hj. Ruswiati, SE, M.S.

Anggota Dewan Penguji Lain



Dra. Ec. Dwi Bhakti Iriantini, M.Si.



Adrianto Trimajono, SE, MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal, 8 Juli 2019.....



Dr. SITI DJAMILAH, SE, M.Si.

Ketua Program Studi

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan anugerah kasih-Nya maka skripsi yang berjudul **“PENGARUH *PRICE DISCOUNT, BONUS PACK DAN IN-STORE DISPLAY* TERHADAP *IMPULSE BUYING* (Studi Pada Pelanggan Minimarket Alfamidi Pondok Benowo Indah, Surabaya)”** Dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih yang mendalam penulis persembahkan untuk:

1. Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Bapa atas segala rahmat anugerah dan kasih setia-Nya, Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Teristimewa, Ibu dan Ayah yang selalu mendoakan dan selalu memberikan dukungan kepada penulis. Terima kasih untuk kasih sayang, doa, cinta, dan nasihat yang tidak pernah usai.

3. Bapak Prof. H. Sri Harmaji, Dr. Sp. THT-KL (K), selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Drs. Ec. Gimanto G.,MM,M.Ak., selaku Dekan serta dosen wali Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Ibu Siti Djamilah, SE.,M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
6. Ibu Prof. Dr. Dra. Hj. Ruswiati,SE. M.S. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, bantuan, arahan, dan saran dalam proses penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
8. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma yang telah banyak membantu memberikan informasi kepada penulis
9. Sahabat saya sejak SD, Rizky Yulianto dan Putut Ardiansya yang sudah menemani saya, terima kasih kawan
10. Kepada teman-teman Manajemen A terkhusus tim KST pusat Nugraha, Boma, Anjas, Gilang, Zacky, Bagas, Serra Terima kasih sudah menjadi teman seperjuangan saya dan semangat selalu untuk kita semua
11. Kepada mbak Silvy, Andika Pradana dan mas Fathur yang telah membimbing saya dan memberi semangat kepada saya terima kasih

12. Untuk seluruh teman-teman seperjuangan dan seangkatan Manajemen A Angkatan 2015, terima kasih atas bantuan doa, semangat, serta kebahagiaan dan juga keceriaan selama masa perkuliahan.
13. Untuk orang yang selalu mendampingi saya Gabriel Ciline Dion Siahaan terima kasih selalu memberi saya semangat dan mendampingi saya dalam segala keadaan
14. Kepada teman-teman pemuda remaja terimakasih atas dukungan doa dan supportnya selama ini.

Surabaya, 06 Mei 2019

Penulis

Daniel Kristiawan

## DAFTAR ISI

|                                      |      |
|--------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....                  | i    |
| SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT ..... | ii   |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....             | iii  |
| HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI .....  | iv   |
| KATA PENGANTAR .....                 | v    |
| DAFTAR ISI .....                     | viii |
| DAFTAR TABEL .....                   | xiii |
| DAFTAR GAMBAR .....                  | xv   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                | xvi  |
| ABSTRAKSI .....                      | xvii |
| <br>                                 |      |
| BAB I PENDAHULUAN.....               | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....      | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....            | 5    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....          | 6    |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....         | 6    |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....      | 7    |
| <br>                                 |      |
| BAB II TELAAH PUSTAKA.....           | 9    |
| 2.1 Landasan Teori.....              | 9    |
| 2.1.1 Pemasaran .....                | 9    |
| 2.1.2 Retailing.....                 | 11   |
| 2.1.3 Perilaku Konsumen.....         | 19   |
| 2.1.4 <i>Impulse Buying</i> .....    | 21   |
| 2.1.5 <i>Price Discount</i> .....    | 26   |



|  |    |
|--|----|
| 2.1.6 <i>Bonus Pack</i> .....                                    | 30 |
| 2.1.7 <i>In-Store Display</i> .....                              | 31 |
| 2.2 Hubungan Antar Variabel.....                                 | 36 |
| 2.2.1 <i>Price Discount</i> dengan <i>Impulse Buying</i> .....   | 36 |
| 2.2.2 <i>Bonus Pack</i> dengan <i>Impulse Buying</i> .....       | 37 |
| 2.2.3 <i>In-Store Display</i> dengan <i>Impulse Buying</i> ..... | 37 |
| 2.3 Penelitian Sebelumnya.....                                   | 39 |
| 2.4 Kerangka Konseptual.....                                     | 44 |
| 2.5 Hipotesis dan Kerangka Penelitian.....                       | 44 |
| 2.5.1 Hipotesis.....   | 45 |
| 2.5.2 Kerangka Penelitian.....                                   | 46 |
| <br>   |    |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                                   | 47 |
| 3.1 Pendekatan Penelitian.....                                   | 47 |
| 3.2 Populasi dan Sampel.....                                     | 48 |
| 3.2.1 Populasi.....  | 48 |
| 3.2.2 Sampel.....  | 48 |
| 3.3 Identifikasi Variabel.....                                   | 50 |
| 3.4 Definisi Operasional Variabel.....                           | 51 |
| 3.5 Jenis dan Sumber Data.....                                   | 59 |
| 3.6 Metode Pengumpulan Data.....                                 | 60 |
| 3.7 Teknik Analisis Data.....                                    | 62 |
| 3.8 Metode Analisis Data.....                                    | 63 |
| 3.8.1 Uji Instrumen.....   | 63 |
| 3.8.1.1 Uji Validitas.....                                       | 63 |
| 3.7.2.1 Uji Reliabilitas.....                                    | 64 |
| 3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....                                     | 64 |

|   |    |
|---|----|
| 3.8.2.1 Uji Normalitas .....  | 64 |
| 3.8.2.2 Uji Multikolinearitas .....   | 65 |
| 3.8.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....  | 65 |
| 3.8.2.4 Uji Autokorelasi .....  | 66 |
| 3.8.3 Uji Regresi .....   | 67 |
| 3.8.4 Pengujian Hipotesis .....   | 68 |
| 3.8.4.1 Uji T .....   | 68 |
| 3.8.5 Analisis Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R Square</i> ).....                                  | 69 |
| <br>  |    |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....   | 71 |
| 4.1 Sejarah PT. Midi Utama Indonesia Tbk .....  | 71 |
| 4.1.1 Visi, Misi dan Nilai PT. Midi Utama Indonesia Tbk.....  | 74 |
| 4.1.2 Kondisi PT. Midi Utama Indonesia Tbk Gerai Alfamidi Pondok<br>Benowo Indah Surabaya Saat Ini..... | 75 |
| 4.2 Hasil Penelitian .....  | 76 |
| 4.2.1 Deskriptif Karakteristik Responden.....   | 76 |
| 4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ....  | 76 |
| 4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....   | 77 |
| 4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi<br>Kedatangan .....                               | 78 |
| 4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan ..  | 78 |
| 4.2.2 Uji Validitas.....  | 79 |
| 4.2.2.1 Hasil Pengujian Validitas <i>Price Discount</i> .....   | 80 |
| 4.2.2.2 Hasil Pengujian Validitas <i>Bonus Pack</i> .....   | 80 |
| 4.2.2.3 Hasil Pengujian Validitas <i>In-Store Display</i> .....   | 81 |
| 4.2.2.4 Hasil Pengujian Validitas <i>Impulse Buying</i> .....   | 81 |
| 4.2.3 Uji Reliabilitas .....  | 83 |

|   |     |
|---|-----|
| 4.2.3.1 Hasil Pengujian Reliabilitas.....   | 83  |
| 4.2.4 Uji Asumsi Klasik .....   | 84  |
| 4.2.4.1 Hasil Pengujian Normalitas .....  | 84  |
| 4.2.4.2 Hasil Pengujian Multikolinieritas.....  | 85  |
| 4.2.4.3 Hasil Pengujian Heterokedastisitas .....  | 86  |
| 4.2.4.4 Hasil Pengujian Autokorelasi .....  | 88  |
| 4.2.5 Deskriptif Jawaban Responden .....  | 88  |
| 4.2.5.1 Deskripsi Variabel <i>Price Discount</i> .....  | 90  |
| 4.2.5.2 Deskripsi Variabel <i>Bonus Pack</i> .....  | 93  |
| 4.2.5.3 Deskripsi Variabel <i>In-Store Display</i> .....  | 96  |
| 4.2.5.4 Deskripsi Variabel <i>Impulse Buying</i> .....  | 98  |
| 4.2.6 Analisis Model Penelitian.....  | 109 |
| 4.2.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....   | 109 |
| 4.2.7 Pengujian Hipotesis .....   | 111 |
| 4.2.7.1 Uji Pengaruh ( <i>t-Test</i> ).....   | 111 |
| 4.2.8 Uji Dominan .....   | 116 |
| 4.2.9 Korelasi dan Koefisien Determinasi.....   | 116 |
| 4.3 Interpretasi Hasil.....   | 117 |
| 4.3.1 Interpretasi Hasil dari Karakteristik Responden Berdasarkan<br>Jenis Kelamin.....               | 117 |
| 4.3.2 Interpretasi Hasil dari Karakteristik Responden Berdasarkan<br>Usia .....                       | 117 |
| 4.3.3 Interpretasi Hasil dari Karakteristik Responden Berdasarkan<br>Jenis Pekerjaan.....             | 118 |
| 4.3.4 Interpretasi Hasil Dari Pengujian Hipotesis.....  | 118 |
| 4.3.5 Interpretasi Hasil Berdasarkan Pengamatan Secara Langsung<br>Terhadap Minimarket Alfamidi ..... | 120 |

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| BAB V PENUTUP.....                | 122 |
| 5.1 Simpulan .....                | 122 |
| 5.2 Implikasi Manajerial .....    | 123 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian ..... | 125 |
| 5.4 Saran .....                   | 126 |
| <br>                              |     |
| DAFTAR PUSTAKA .....              | 128 |
| LAMPIRAN.....                     | 132 |

## DAFTAR TABEL

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Tabel 2.1  | Penelitian Sebelumnya .....   | 39 |
| Tabel 3.1  | Definisi Operasioanl Variabel.....  | 51 |
| Tabel 3.2  | Skor Pilihan Jawaban .....  | 61 |
| Tabel 4.1  | Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...            | 76 |
| Tabel 4.2  | Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                    | 77 |
| Tabel 4.3  | Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi<br>Kedatangan..... | 78 |
| Tabel 4.4  | Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan ..           | 78 |
| Tabel 4.5  | Hasil Uji Validitas <i>Price Discount</i> .....                             | 80 |
| Tabel 4.6  | Hasil Uji Validitas <i>Bonus Pack</i> .....                                 | 80 |
| Tabel 4.7  | Hasil Uji Validitas <i>In-Store Display</i> .....                           | 81 |
| Tabel 4.8  | Hasil Uji Validitas <i>Impulse Buying</i> .....                             | 82 |
| Tabel 4.9  | Hasil Uji Reliabilitas .....  | 83 |
| Tabel 4.10 | Hasil Uji Normalitas.....   | 84 |
| Tabel 4.11 | Hasil Uji Multikolinearitas.....  | 85 |
| Tabel 4.12 | Hasil Uji Heterokedastisitas .....  | 87 |
| Tadel 4.13 | Hasil Uji Autokorelasi .....  | 88 |
| Tabel 4.14 | Kategori Mean Masing-masing Variabel.....                                   | 89 |
| Tabel 4.15 | Jawaban Responden Mengenai Pernyataan <i>Price Discount</i> .....           | 90 |
| Tabel 4.16 | Jawaban Responden Mengenai Pernyataan <i>Bonus Pack</i> .....               | 93 |
| Tabel 4.17 | Jawaban Responden Mengenai Pernyataan <i>In-Store Display</i> .....         | 96 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 4.18 Jawaban Responden Mengenai Pernyataan <i>Impulse Buying</i> ..... | 98  |
| Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....                       | 110 |
| Tabel 4.20 Hasil Analisis <i>Coefficients<sup>a</sup></i> .....              | 112 |
| Tabel 4.21 Nilai <i>Standardized Coefficients Beta</i> .....                 | 116 |

## DAFTAR GAMBAR

|            |   |     |
|------------|---|-----|
| Gambar 2.1 | Model Konsep Pemasaran .....  | 11  |
| Gambar 2.2 | Penelitian Terdahulu.....   | 36  |
| Gambar 2.3 | Penelitian Terdahulu.....   | 37  |
| Gambar 2.4 | Penelitian Terdahulu.....   | 38  |
| Gambar 2.5 | Model Kerangka Konseptual.....  | 44  |
| Gambar 2.6 | Kerangka Penelitian.....  | 46  |
| Gambar 3.1 | Kurva Uji T.....  | 69  |
| Gambar 4.1 | Grafik Pola Penyebaran Titik Pengujian Normalitas .....   | 85  |
| Gambar 4.2 | Grafik Penyebaran titik Pengujian Heterokedastisitas .....  | 87  |
| Gambar 4.3 | Kurva Distribusi Uji T Pengaruh <i>Price Discount</i> ( $X_1$ ) Terhadap<br><i>Impulse Buying</i> (Y) .....   | 113 |
| Gambar 4.4 | Kurva Distribusi Uji T Pengaruh <i>Bonus Pack</i> ( $X_2$ ) Terhadap<br><i>Impulse Buying</i> (Y) .....       | 114 |
| Gambar 4.5 | Kurva Distribusi Uji T Pengaruh <i>In-Store Display</i> ( $X_3$ ) Terhadap<br><i>Impulse Buying</i> (Y) ..... | 115 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Data Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 : Interpretasi Output Statistik Deskriptif
- Lampiran 4 : Output SPSS
- Lampiran 5 : Tabel - t



## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *price discount*, *bonus pack* dan *in-store display* terhadap *impulse buying* pada pelanggan minimarket Alfamidi Pondok Benowo Indah, Surabaya. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah teknik analisis kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda dan uji statistik menggunakan uji t. Berdasarkan hasil analisis linier berganda pengujian *price discount*, *bonus pack* dan *in-store display* terhadap *impulse buying* pada pelanggan minimarket Alfamidi Pondok Benowo Indah Surabaya. Maka dapat disimpulkan bahwa *price discount*, *bonus pack* dan *in-store display* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pada pelanggan minimarket Alfamidi Pondok Benowo Indah Surabaya, dengan *price discount* sebagai variabel yang paling dominan.

Kata Kunci : *price discount, bonus pack, in-store display, impulse buying*

## **ABSTRACT**

*This research was conducted for knowing the effect of price discount, bonus pack and in-store display against impulse buying for customer alfamidi pondok benowo indah Surabaya. Primary data are collected by giving quitioner to 100 respondents. The analysis technic in this research are analysis quantitative technic with analysis double regression liniear and statistic are used "T" test based on result analysis double regression linear for price discount, bonust pack and in store display against impulse buying for customer alfamidi pondok benowo indah Surabaya the conclution is price discount, bonus pack and in-store display are significant effect against impulse buying for all customer alfamidi pondok benowo indah Surabaya, price discount is variable most important.*

Keywords : *price discount, bonus pack, in-store display, impulse buying*